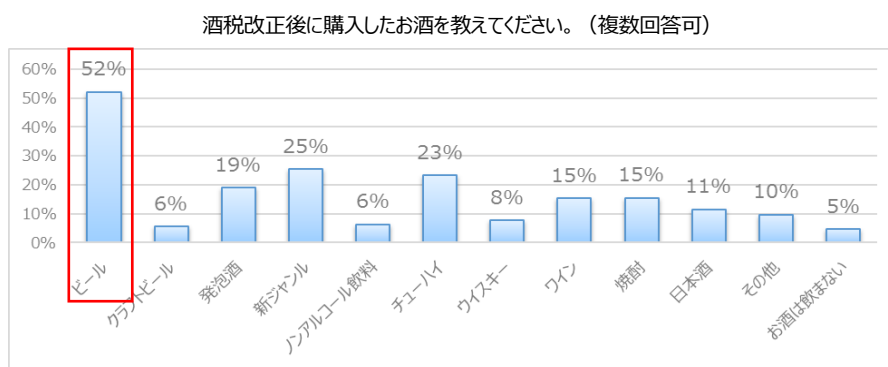


「一番搾りブランド」缶商品、絶好調！ 酒税改正の追い風と「キリン一番搾り 糖質ゼロ」の販売好調を受け、 10月の販売数量は前年比8割増を達成

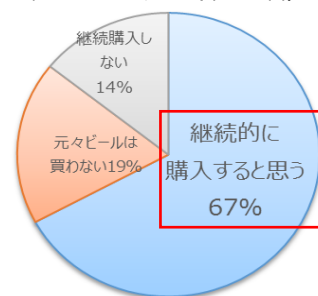
キリンビール株式会社（社長 布施孝之）は、10月における「一番搾りブランド」缶商品の販売数量が前年比8割増と大きく伸ばしました。

当社が10月に実施した調査^{※1}によると、酒税改正が行われた10月1日（木）以降にビールカテゴリー商品を購入した方は52%、酒税改正以降のビールカテゴリー商品の購入意向については「継続的に購入すると思う」と回答した方が67%となりました。酒税改正を機に、お客様のビールカテゴリーへの期待が高まっていることが分かります。

※1 調査期間：10月9日（金）～11日（日） 対象：国内在住の20歳以上の方 N=4097



酒税改正以降、ビールは継続的に購入しそうですか？（単一回答）



当社は、「キリン一番搾り生ビール（以下「一番搾り」）」の販売を通して、お客様がビールカテゴリーに最も期待する「おいしさ」^{※2}を提供し、缶商品の販売数量は2019年まで3年連続で前年増を達成しました。酒税改正後も、「一番搾り」のおいしさを支持いただき、缶商品の10月販売数量は酒税改正を追い風にして、前年比2割増となりました。

また10月6日（火）に発売した日本初^{※3}の糖質ゼロビール^{※4}「キリン一番搾り 糖質ゼロ」も、お客様から「ちゃんとしたビールでおいしい。しばらくこの商品を飲み続けたい」「十分満足できる味。リピートします」などの高い評価をいただき、10月末時点で年間販売目標の7割強を達成し、一番搾りブランド缶商品の販売増に大きく寄与しています。

※2 当社調べ

※3 ビールで糖質ゼロを実現した国内で初めての商品(Mintel GNPDを用いた当社調べ)

※4 100ml 当たり糖質 0.5g 未満のものに表示可能（食品表示基準による）



当社は、酒税改正を機会に「一番搾り」ブランドのおいしさでビール市場を魅力化するとともに、糖質ゼロという新たな価値を提案することで、ブランドのさらなる成長を目指します。

キリングroupは、自然と人を見つめるものづくりで、「食と健康」の新たなよこびを広げ、こころ豊かな社会の実現に貢献します。